

Koralle für Koralle wächst eine journalistische Innovation

RiffReporter bietet neue Konzepte für Online-Journalismus

TANJA KRÄMER UND
CHRISTIAN SCHWÄGERL

Eigentlich müssten wir in Goldenen Zeiten für den Qualitätsjournalismus leben: Die aktuelle internationale Politik ruft jeden Tag aufs Neue ins Bewusstsein, wie wichtig unabhängige Berichterstattung ist. Fast jeder Mensch trägt ständig ein Gerät bei sich, das ihm Zugang zu den besten Informationsquellen gibt. Es ist für jeden Bürger unfassbar leicht, sich aus den unterschiedlichsten Quellen ein Bild der Welt zu machen.

Doch hinter den Kulissen läuft ein Erosionsprozess. Die finanziellen Fundamente, auf denen der Qualitätsjournalismus auch in Deutschland bisher stand, bröckeln weg: Werbung und Pauschal-Abonnements.

Firmen und andere Werbetreibende investieren immer seltener in Printanzeigen, sie setzen auf Digitalwerbung, bei der sich direkt messen lässt, welcher Klick zu einem Kauf geführt hat. Die Werbeeinnahmen deutscher Zeitungen und Zeitschriften sind seit dem Jahr 2000 fast um die Hälfte gesunken. Der Zuwachs bei Onlinewerbung kann dabei den Rückgang im Printbereich nicht wettmachen. Die Einnahmen aus digitalem Werbegeschäft landen größtenteils nicht bei den Verlagen, sondern bei Google und Facebook.

Die zweite traditionelle Einnahmequelle sind pauschale Abonnements. Weil über Webseiten und soziale Medien aber eine riesige Fülle von Quellen zugänglich ist, binden sich Leser immer seltener an eine

die würde verstummen und im Fernsehen liefen Wiederholungen, würden freie Journalisten nicht für einen ständigen Strom von neuen Beiträgen sorgen.

Es sind genau diese Freien, die Sparmaßnahmen als erste zu spüren bekommen: sei es bei der Sendezeit, dem Raum für Recherchen oder den Honoraren.

Einerseits werden viele Redakteure freigesetzt und zu »Freien« gemacht. Andererseits kommen viele »Freie« zu dem Ergebnis, dass der Journalismus sie nicht ernähren kann. Viele sehen sich gezwungen, sich lukrativeren Branchen zuzuwenden, etwa Public Relations. Da verdient man in zwei Tagen so viel wie für manchen Magazinbeitrag in zwei Wochen. Die Krise betrifft auch freie Journalisten, die für öffentlich-rechtliche Sender arbeiten: Pensionslasten und Ausgaben für Unterhaltung werden bedient, aber bei den Honoraren für den Qualitätsjournalismus von Freien wird gespart, wie aktuell in der Wissenschaftsredaktion des Deutschlandfunks.

Die Potenziale der Freien für eine vielfältige, fundierte Berichterstattung werden zunehmend nicht mehr ausgenutzt. Diesem Trend wollen wir mit unserem Projekt »RiffReporter – die Genossenschaft für freien Journalismus« etwas Positives entgegensetzen. RiffReporter bietet freien Journalistinnen und Journalisten die Möglichkeit, im Rahmen einer Genossenschaft eigenständig zu publizieren und kooperativ eigene Projekte zu gründen – als Angebote, die auf konkrete Interessen von Lesern zielen. Mit speziellen Ideen, Themen, Recherchen, Services können Journalisten

für Themen wie Digitalisierung, Klimawandel oder Bildungspolitik ist sehr groß. Und die Bevölkerung ist durchaus bereit, für Journalismus zu bezahlen: Ein Drittel der Bundesbürger sagen das laut einer aktuellen Allensbach-Umfrage von sich. Das sind abzüglich der Minderjährigen fast 25 Millionen Menschen. Die Ausgaben der Bundesbürger für »Paid Content« sind mit 320 Millionen Euro 2017 im Vergleich zum Gesamtumsatz nicht groß, aber immerhin doppelt so hoch als 2013.

Uns war klar: Es braucht mehr als ein neues Magazin für Qualitätsjournalismus. Es braucht eine strukturelle Innovation, eine neue Infrastruktur, in der Journalismus anders organisiert wird. Als Leitbild haben wir dafür das Korallenriff gewählt. Diese vielfältigen, artenreichen Ökosysteme zeichnen sich durch Kooperation und vielfältige Nischen aus. Die vielen Gemeinschaften fügen sich zu einem lebendigen Gesamtgebilde.

Mit RiffReporter machen wir Journalismus anders zugänglich als bisher: Freie Journalisten wenden sich mit ihrer Arbeit direkt an die Öffentlichkeit, verkaufen Beiträge unmittelbar an Leser und bauen Unterstützercommunities für ihre Ideen, Themen und Recherchen auf. Wir haben dazu eine gemeinsame Publikationsplattform für qualifizierte freie Journalisten mit einem einheitlichen, komfortablen Bezahlssystem geschaffen. RiffReporter als »Genossenschaft für freien Journalismus« ist kein Verlag, sondern unterstützt freie Journalisten dabei, inhaltlich und wirtschaftliche eigenständige Projekte

RiffReporter will mit seinen Mitteln dazu beitragen, dass der Qualitätsjournalismus und das, was er für unsere demokratische Gesellschaft leistet, nicht erodiert – so wie Riffe das in der Natur für die Küsten leisten

Die einzelnen Projekte sind in kooperativen Nachbarschaften verbunden, so dass keine neuen »Filterblasen« entstehen. Beiträge können durch Kooperation entstehen und an Communities von mehreren Korallen ausgespielt werden.

Dritte Neuerung von RiffReporter ist, dass die Einnahmen nach Abzug von Kosten direkt an die Autoren gehen. Wer als Journalist mit einem attraktiven, zündenden Projekt im Riff ist, der profitiert direkt, wenn die Nachfrage hoch ist. Das ist ein sehr unternehmerischer Ansatz und mit entsprechenden Risiken behaftet – zugleich ist es fairer und chancenreicher, als weiterhin nur auf die nächste Sparrunde zu warten.

Wir setzen darauf, Eigeninitiative von Journalisten zu unterstützen und zugleich kooperativ zu organisieren: Mit einer Publikationsplattform, auf der viel los ist, können wir gemeinsam die Öffentlichkeit besser ansprechen als mit Projekten auf kleinen, isolierten Webseiten. Verschiedene »Korallen« – etwa im Bereich Umwelt zum Klimawandel, zum Insektenchwund, zur Vogelwelt und zum Anthropozän – ergeben zusammen ein größeres Ganzes.

Die Genossenschaft stellt den Autoren und Projekten eine Auswahl von Bezahlmodellen zur Verfügung: freiwillige Unterstützungszahlungen, Mini-Abos, Projektfinanzierung, Fördermodelle. Medien-ökonomisch ist diese Vielfalt aber hochinteressant, denn sie ermöglicht Vergleiche, welche Bezahlform unter welchen Bedingungen funktioniert. RiffReporter ist also gleichermaßen ein Publikations- wie auch ein Forschungs- und Entwicklungsprojekt.

Mittelbar können von RiffReporter auch die Verlage profitieren. Wenn »Freie« komplementär zu ihrer Arbeit für Verlage und Sender genuin journalistisches Einkommen erzielen, stärkt das ihre Expertise und verhindert im besten Falle die aktuelle Abwanderung guter Köpfe in andere Gebiete.

Der Aufbau einer neuen journalistischen Infrastruktur ist ein Großprojekt. Unsere Mission können wir nur dann umsetzen, wenn ausreichend viele Menschen uns dabei unterstützen. Auch hier eröffnet die genossenschaftliche Organisation Chancen: Genossenschaften sind partizipative Unternehmen. Sogenannte »investierende Mitgliedschaften« sind ein probater Weg, unser Projekt mit den Kräften der ganzen Gesellschaft zu fördern, ohne dass die Unabhängigkeit des Journalismus beeinträchtigt wäre. Derzeit suchen wir aktiv nach Mäzenen und Institutionen, denen die Unabhängigkeit des Journalismus ein hoher Wert ist.

Nachdem unsere Startphase mit einer mäzenatischen Förderung, einem Darlehen der GLS Treuhand e.V. und einer investierenden Mitgliedschaft der Schweizer Demokratiestiftung finanziert wurde, geht es nun darum, eine größere Zahl von Unterstützern zu gewinnen, die als stille Anteilseigner das Riff und seine unabhängigen Angebote wachsen sehen wollen. Die Genossenschaft hat mit Ausnahme der Kodex-Überwachung keinen Einfluss auf den konkreten Journalismus ihrer Autoren, die Projekte managen sich also selbst – wir schreiben ihre Unabhängigkeit groß.

Schon jetzt sind rund 50 profilierte Journalistinnen und Journalisten Mitglied, und die Zahl der »Korallen« wächst. Wenn die Angebote, die die RiffReporter den Lesern anbieten, tragfähig sind, dann könnte unsere Strukturinnovation dem gesamten Mediensystem helfen. RiffReporter will mit seinen Mitteln dazu beitragen, dass der Qualitätsjournalismus und das, was er für unsere demokratische Gesellschaft leistet, nicht erodiert – so wie Riffe das in der Natur für die Küsten leisten.

Tanja Krämer ist freie Journalistin mit den Schwerpunkten Neurobiologie und Technik. Sie hat als Autorin und Redakteurin unter anderem für dasGehirn.info, National Geographic Deutschland und Spiegel Wissen gearbeitet. Christian Schwägerl ist freier Journalist für GEO, ZEIT Wissen Magazin und FAZ. Von ihm stammen die Bücher »Menschenzeit«, »11 drohende Kriege« und »Die Analoge Revolution«



RiffReporter entsteht Koralle für Koralle

einzigste Medienmarke. Hinzu kommt, dass Verlage noch immer häufig die Arbeit ihrer Journalisten online verschenken. Niemand würde erwarten, von einem Landwirt oder einem Möbelschreiner ein sorgsam erzeugtes Produkt geschenkt zu bekommen – aber beim Online-Journalismus wurde genau diese Haltung über die Jahre verstärkt.

Die Konsequenzen bekommen neben den Redakteuren vor allem jene zu spüren, ohne die im Medienbetrieb gar nichts liefe: die freiberuflich tätigen Journalistinnen und Journalisten. »Freie« sind im Mediensystem die Experten für Themen und Regionen, sie leben über das ganze Land verteilt, sind flexibel und gut vernetzt. Zeitungsseiten blieben leer, das Ra-

bei uns ein Publikum aufbauen. Konzipiert ist das »Riff« komplementär zur Arbeit für Verlage und Sender, als Ergänzung.

Bei der Gründung haben wir uns drei Leitfragen gestellt: Wie können wir Journalismus so organisieren, dass Vielfalt und Tiefgang wieder zunehmen? Wie entstehen Angebote, die ihren Nutzern etwas wert sind? Und wie wollen wir als freie Journalisten künftig arbeiten?

Wir geben nicht vor, die Antworten zu kennen. Doch von einem sind wir überzeugt: Freie Journalisten sind die Kraftquelle im Journalismus. Was sie etwa über Wissenschaft, Kultur, Umwelt, Technologien, gesellschaftliche Veränderungen und das Weltgeschehen wissen, ist für die Öffentlichkeit extrem wertvoll. Das Interesse

zu gründen und zu betreiben. Ein Kodex, über den ein Ethikausschuss wacht, soll hohe Standards sichern.

Mithilfe von RiffReporter bekommen Bürger Qualitätsjournalismus »direkt vom Erzeuger«. Statt pauschale Abos für ein ganzes Medium abzuschließen, können sie bei uns je nach ihren Interessen in kleinen Beträgen bezahlen. Wirtschaftlich und inhaltlich eigenständige Projekte heißen bei uns »Korallen«. Koralle für Koralle wächst das Riff: Es gibt bereits ein wegweisendes Projekt über die Zukunft der Museen, die »Verfassungsnews« über Angriffe auf Grundrechte, »Die Flugbegleiter« für vertiefte Berichterstattung zu Naturschutz und Ornithologie, »Wunderding« über neue Technologien – und vieles mehr.

FOTO: KASCHIBO / FOTOLIA.COM